

FIGURA 3 - QUADRO DI DOMANDA VALUTATIVA				FIGURA 4 - INFORMAZIONI DA RILEVARE			FIGURA 5	
DOMANDE VALUTATIVE	CRITERI DI GIUDIZIO	INDICATORI DI RISULTATO	INDICATORI DI IMPATTO	INFO DA RILEVARE	TIPO INFO		FONTE	MODALITA'
					P	S		
IN CHE MISURA IL SOSTEGNO HA CONTRIBUTITO A RENDERE LE ZONE RURALI PIU' ATTRATTIVE?	TERRITORIO PIU' FORTE	A- GRADO DI SODDIFAZIONE DEL TARGET		A1- LIVELLO DI SODDISFAZIONE DEL TARGET	X		1- INCHIESTA A GRUPPO DI TARGET/FRUITORI 2- SURVEY AL TARGET E RICOGNIZIONE TERRITORIALE / LANCIO CAMPAGNA "GPS"	FOCUS
				B2- MANUTENZIONE/ACCESSIBILITA/ SERVIZI ANCILLARI/CARTELLONISTICA/FUNZIONAMENTO INFRASTRUTTURE DIGITALI		X		
		B3 - N. KM PERCORSI/TRATTI PIU' FREQUENTATI E ATTRATTIVI						
		C - INCREMENTO DEI FLUSSI SULLE RETI SENTIERISTICHE E CICLOTURISTICHE	X		3 - SURVEY E SOCIAL 4 - ARTICOLI /RECENSIONI TERZE E POST			
D - INCREMENTO REPUTAZIONE SPECIFICA	X							
IN CHE MISURA GLI INTERVENTI BASATI SUL METODO LEADER HANNO MIGLIORATO I RISULTATI E GLI IMPATTI DEL SOSTEGNO	INNOVAZIONE SOCIALE/LOCALE DI CONTESTO	A - VALORE AGGIUNTO PRODOTTO		A1 - IDENTIFICAZIONE DELLE INIZIATIVE DELLE COMUNITA' PAGATE DA LEADER E NON PAGATE DA LEADER	X	X	A1 - - INTERVISTA A UN CAMPIONE DI MEMBRI DELLA COMUNITA' - DIARIO DELLE ATTIVITA' - CANALI SOCIAL UTILIZZATI DALLA COMUNITA' - PROGETTI APPROVATI	
		B - GRADO DI INTRAPRENDENZA		B1 - PROMOZIONE DI NUOVE INIZIATIVE DI NUOVE ATTIVITA'	X	X	B1 - - INTERVISTA A UN CAMPIONE DI MEMBRI DELLA COMUNITA' /REFERNTE TECNICO - DIARIO DELLE ATTIVITA' - CANALI SOCIAL UTILIZZATI DALLA COMUNITA' - PROGETTI APPROVATI (BANCA DATI ADG)	